株式会社セブン&アイHLDGS.

CSRコミュニケーションレポート2014

社　是

私たちは、
お客様に信頼される誠実な企業でありたい

私たちは、
取引先、株主、地域社会に信頼される誠実な企業でありたい

私たちは、
社員に信頼される誠実な企業でありたい

私たちは、ステークホルダーに「信頼される誠実な企業でありたい」という普遍的な理念を創業期から社是に掲げており、今後、社会環境が変化し事業が拡大しても、この精神が変わることはございません。私たちは、事業活動を通じて社会的責任を果たしていく上で、常に社是という鑑に照らして行動してまいります。

目 次

トップコミットメント 2

私たちの考える社会課題 3

買物不便 5
リアル店舗とネットの融合によるお買物支援
ネットスーパー
セブンらくらくお届け便・
お食事お届けサービス「セブンミール」
移動販売車による巡回販売
セブン-イレブン商品受け取りサービス

食の安全性 9
「顔が見える食品。」「産地が見える商品」
生産履歴を集中管理

女性の活躍 11
女性の活躍推進に向けた5つの目標の設定
「コミュニティ」活動を通じた啓発
さらなる推進策の強化

地球温暖化 13
CO_2排出量の削減目標
セブン-イレブンの木造店舗の出店
店舗運営における省エネの取り組み
セブンの森
セブンファーム

東日本大震災復興支援 17
販売による生産者支援
専門知識や販売ノウハウを活かした支援
社員によるボランティア支援

大規模災害対策 19
緊急物資配送用の燃料備蓄基地
空輸による緊急配送

TOPICS：海外の取り組み
総括

このCSRコミュニケーションレポートは、ステークホルダーである、お客様、株主、お取引先、地域社会、社員の皆様と密接に関係する社会課題の解決に向けて、セブン&アイ*HLDGS.*が本業を通じて取り組んでいるCSR活動に絞り、その取り組みの一部をわかりやすく報告しています。

なお、詳細なCSR活動の取り組みは2014年9月発行予定のCSRレポート(Web版のみ)に記載いたします。

代表取締役会長
最高経営責任者（CEO）
鈴木敏文

代表取締役社長
最高執行責任者（COO）
村田紀敏

グループが一体となり、事業活動を通じて社会課題の解決につながる取り組みを強力に推進してまいります。

日本経済は長期にわたるデフレの時代を抜け、アベノミクス効果により、ようやく景気回復の兆しが見え始めています。しかしながら、国内の消費増税の影響、欧米の不安定な経済情勢など、今後の経済の動向は予断を許しません。

また、社内に目を転じると、セブン&アイ*HLDGS.*の事業会社の数も約150社にまで拡大しており、新しくグループに加わった会社も含めてコーポレートガバナンスが機能しているのか、常に確認することが重要であると考えています。

一方で、私たちを取り巻く社会環境全体を見ると、地球温暖化や食の安全に対する関心の高まり、さらに少子高齢化、女性の社会進出、小売・サービス拠点の減少など、社会の変化から生じる問題に企業として責任を持って対応することが強く求められております。

さまざまな社会課題の中でも、少子高齢化や女性の社会進出、生活拠点の空洞化といった課題に対しては、ステークホルダーとの対話を通じて、お客様のご不便を少しでも解消するために、「近くて便利」なお店を目指しているセブン-イレブンの出店を拡大するとともに、現代の「御用聞き」としてイトーヨーカドーの「ネットスーパー」やセブン-イレブンの「お届けサービス」というご家庭への配達サービスを行っています。ご年配の方にとっては食事を作ったり、片づけたりするのは大変な手間であり、少しでも家事の手間の軽減につながればと、グループ共通のプライベートブランド「セブンプレミアム」を中心に簡単に調理ができる商品を開発しています。

また、今後も労働力人口の減少が避けられない中、女性の活躍推進が求められていますが、私たちのお客様の多くが女性であり、グループで働く従業員の多くが女性であるという事業特性から、経営的にも重要な課題であると考えています。グループ各社では、店長や商品開発部門に女性を積極的に登用することで営業面の効果も出ており、今後も積極的に進めてまいります。

さらに、グループにおけるリアル店舗とネットをシームレスに連携させながらお客様にアプローチしていく、オムニチャネル戦略に向けた取り組みを2013年下期より開始いたしました。私たちは、国内で約18,000店の店舗ネットワークを持ち、コンビニエンスストア、総合スーパー、百貨店、食品スーパー、専門店、レストランなどさまざまな業態を擁しております。これらの店舗とネットを融合させることで、「いつでも」「どこでも」さまざまな商品やサービスを提供していくことにより、お客様のご要望に応え続けてまいります。

私たちは、今後もグループ各社の事業特性に合わせて、本業を通じた社会課題の解決につながる取り組みを推進するとともに、ステークホルダーから信頼される誠実な企業であり続けるよう努力してまいります。

私たちの考える社会課題

セブン&アイHLDGS.は、お客様の毎日の生活と密接に関係する社会課題に注力し、本業を通じて解決に取り組むことで、持続可能な社会の構築を目指しています。

購入時に
産地を気にする人

72.3%

消費者庁「食の安全に関する消費者の意識調査」（平成23年）

食の安全性

食品添加物や残留農薬問題など、食の安全に関するお客様の関心が高まっています。セブン&アイHLDGS.は、原材料調達から販売に至るすべての段階で安全性や信頼性を重視し、徹底した品質管理で安全・安心な商品を提供しています。

▸▸P9

大規模災害対策

東日本大震災の災害応急対策において、製油所などの被災や、物流網の途絶による被災地での燃料不足が大きな課題となりました。こうした教訓を受け、セブン&アイHLDGS.は、流通業のインフラを活用した災害時の物流網の体制構築や配送燃料の確保に取り組んでいます。

▸▸P19

女性管理職の割合（2012年）

11.6%

総務省「労働力調査（基本集計）」（平成24年平均）

女性の活躍

日本の労働力人口が減少する中、女性を始めとする多様な人材の育成は経済社会の活性化に必要不可欠です。セブン&アイHLDGS.は、女性の視点や感覚を企業の成長に活かすため、従業員が活躍できる職場環境を整備することで潜在的な能力を引き出し、お客様満足度の向上につなげています。

▸▸P11

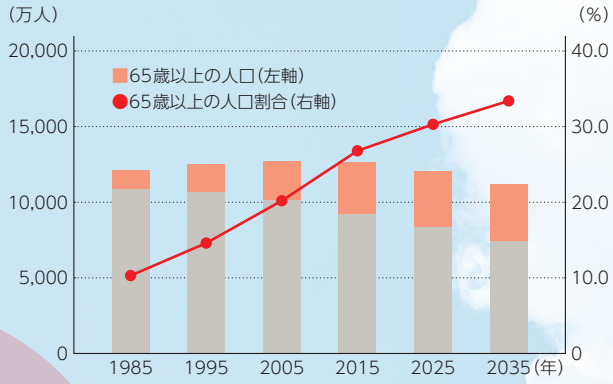
農業・林業・漁業の衰退

買物不便

日本は出生率の減少により高齢化がますます進んでいます。また、世帯人数の減少や小売店舗の減少により、高齢者を中心にお買物の不便を感じる人が増加しています。セブン&アイ*HLDGS.*は、こうした将来を見据え、これまで築き上げてきた店舗網や物流・情報システムなどを活用して、新たな「お買物支援」サービスの創出に取り組んでいます。

▶▶P5

高齢化の推移と将来推計



日本における65歳以上の高齢者(2035年予測)

3人に1人

内閣府「平成25年版　高齢社会白書」

地方の過疎化

地球温暖化

地球規模の課題である環境問題。特に温暖化問題は、海水面の上昇や、異常気象の増加、農漁業への影響など、将来世代にまで影響の及ぶ重大な脅威です。セブン&アイ*HLDGS.*は、資源の有効利用・再資源化、省エネルギー、廃棄物の削減など、環境負荷の低減に取り組んでいます。

▶▶P13

2100年までの世界平均気温の上昇

+4.0℃

IPCC「第4次評価報告書
第1作業部会報告書」

買物不便

セブン&アイHLDGS.では、人口の減少による少子高齢化や女性の社会進出、小売店舗の減少といった社会環境の変化に対応し、お買物がご不便なお客様を支援するために、これまで築き上げてきた店舗網や物流・情報システムなどを活用して、新たな「お買物支援」サービスの創出に取り組んでいます。

リアル店舗とネットの融合による お買物支援

セブン&アイHLDGS. は、グループのすべてのお店・すべての商品と、お客様をネットでつなぐことで、「いつどこにいても、欲しい商品がご提供できる」、オムニチャネルに挑戦しています。

時間や距離の制約でお買物が不便なお客様でも、時間を選ばずパソコンやスマートフォンなどから商品をご注文いただき、ご自宅または近隣のグループ店舗でお受け取りいただけるように準備を進めています。

全国にグループ約18,000店舗を展開するという社会インフラとしての事業特性を活かしながら、これからもお買物の利便性を高めていきます。

セブン&アイHLDGS.が目指すオムニチャネル

どこでも買えて

何でも買えて

- セブン-イレブン
- 7net shopping
- イトーヨーカドー
- SEIBU SOGO
- ヨークベニマル
- アカチャンホンポ
- OSHMAN'S
- LOFT
- Francfranc
- BARNEYS NEW YORK
- nissen GROUP

どこでも受け取れる

その他の取り組みはWebへ

http://www.7andi.com/

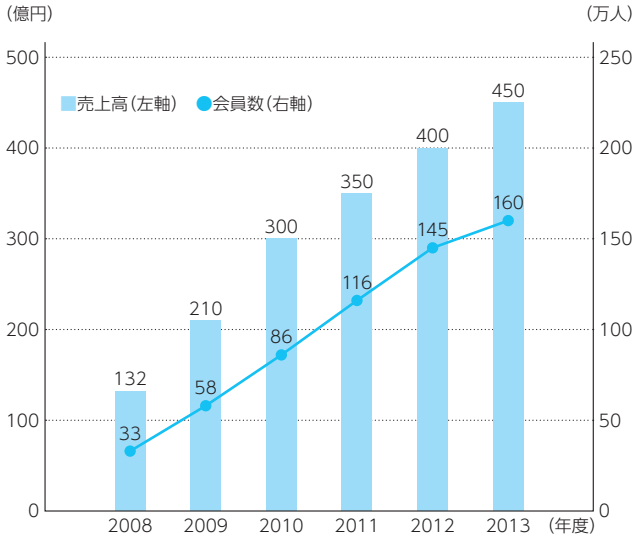
ネットスーパー

イトーヨーカドーでは、パソコンや携帯電話から商品をご注文いただくと、ご指定の時間帯に商品を宅配する「ネットスーパー」を144店舗で展開しています。(2014年2月末現在)

2013年11月には、首都圏7店舗のイトーヨーカドーのネットスーパーにおいて、第2類医薬品の販売を開始。2013年12月には、医薬品を取り扱う店舗を104店舗に拡大しました。医薬品に関するお問い合せには、各店舗の薬剤師や登録販売者が対応するなど、安全・安心と便利さを追求しています。

ご注文いただいた商品を売場で集荷

イトーヨーカドーネットスーパーの
売上高と会員数の推移



「セブンミール」実施店舗数の推移

2013年度実績
13,000店舗

2012年度実績
10,000店舗

セブンらくらくお届け便・お食事お届けサービス「セブンミール」

セブン-イレブンでは、お客様が事前にご注文(電話など)もしくは店舗でご購入された店内のほぼすべての食品や日用品などを、ご自宅などにお届けするサービス「セブンらくらくお届け便」を展開しています。

また、家事と仕事を両立する女性や妊娠中のママ、高齢者など、毎日の食事の準備に不便を感じている方や健康に配慮した食事をしたい方などに、管理栄養士指導のもと栄養バランスを考えたお食事をご自宅までお届けするサービス「セブンミール」を実施しています。

商品をご自宅にお届け

「セブンミール」や「セブンプレミアム」で囲む食卓

SEVEN&i PREMIUM

※掲載の商品は2014年4月30日時点の商品です

その他の取り組みはWebへ

http://www.7andi.com/

移動販売車による巡回販売

イトーヨーカドーでは、独自に開発した販売設備付きトラックで、日常のお買物に不便なエリアや移動手段にお困りの高齢者が多い地域を巡回する「イトーヨーカドーあんしんお届け便」を、長野県、札幌市、多摩市、花巻市、いわき市で運行しています。

また、セブン-イレブンでは、「セブンあんしんお届け便」を1道15県35店舗で展開しています。(2014年3月末現在)

移動販売車による商品の販売

セブン-イレブン商品受け取りサービス

そごう・西武は、これまで百貨店の店頭でのみご提供していた和洋菓子を、運営するショッピングサイト「e.デパート」で販売。ネットでご注文いただくとお近くのセブン-イレブンでご都合の良い時間に受け取ることができるサービスを2013年12月に開始しました。

ご進物としてご利用の方への「のし紙」「手提げ袋」にも対応しており、ご自宅から店舗までの距離を気にすることなく、24時間、送料・手数料無料で商品を受け取ることができます。

e.デパート

西武・そごうのショッピングサイト「e.デパート」でご注文時に、お客様が受け取り店舗を指定

お近くのセブン-イレブンで受け取り

食の安全性

食のグローバル化や、近年の食の安全・安心を脅かす事件・事故が発生する中、お客様の食品の安全性に対する関心は大きくなっています。
セブン&アイHLDGS.は原材料調達から販売に至るすべての段階で安全性や信頼性を重視した取り組みを行っています。

「顔が見える食品。」「産地が見える商品」

イトーヨーカドーでは食品の生産地や生産方法をお客様に公開するプライベートブランド商品「顔が見える食品。」を販売しています。これらの商品は仕入担当者が産地を何度も訪れ、適切な栽培・飼育管理がされているか生産者とともに確認し、残留農薬検査をはじめ、土壌や飼料などの検査を行い、第三者機関の確認を受けて販売しています。

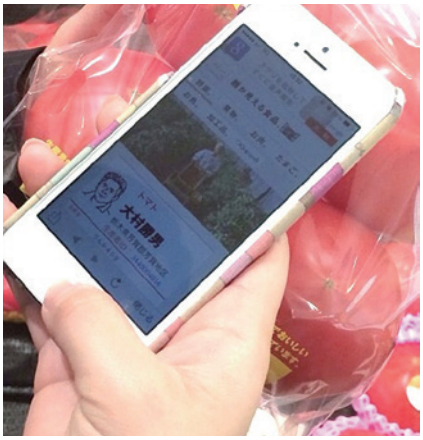
ヨークベニマルでも、ホームページ内に生産地などの情報が確認できる「産地が見える商品」のコーナーを設けて、お客様にご安心いただくための情報を発信しています。

●生産者情報の公開方法

詳しい生産者情報は…

ホームページで情報を公開

携帯電話・スマートフォンでも情報を公開



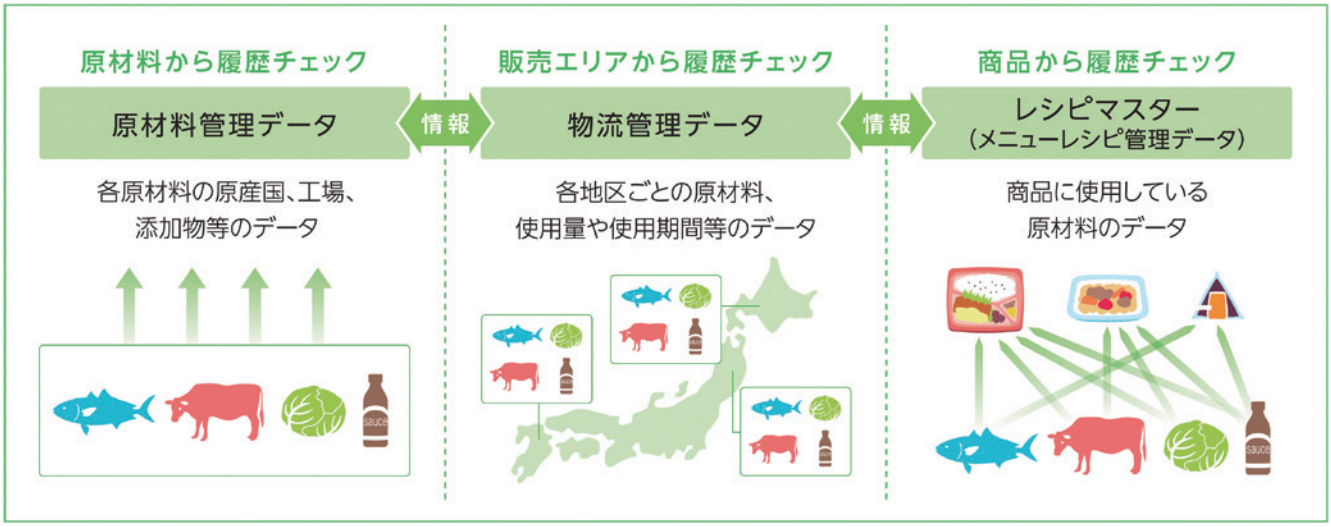
その他の
取り組みは
Webへ

http://www.7andi.com/

生産履歴を集中管理

セブン-イレブンでは、オリジナル商品に使用する全原材料の生産履歴を集中管理しています。原材料そのものの履歴はもちろん、その素材がどのメニューに使われているのか、どの地区で使用されたのかを正確に把握、さらにアレルゲン物質や添加物の有無もチェックしています。万が一、原材料に問題が判明した場合でも、それがどの商品に使われているかを即座に判断して迅速に対応することができます。

●原材料の生産履歴管理の仕組み



女性の活躍

セブン&アイHLDGS.では、店舗を利用されるお客様の多くが女性であることから、女性の視点や感覚を活かした商品・サービスの開発や売場づくりがお客様満足の向上につながると考えています。また、さまざまな場面での女性の活躍が企業の構造改革、競争力の強化につながるよう積極的に推進しています。

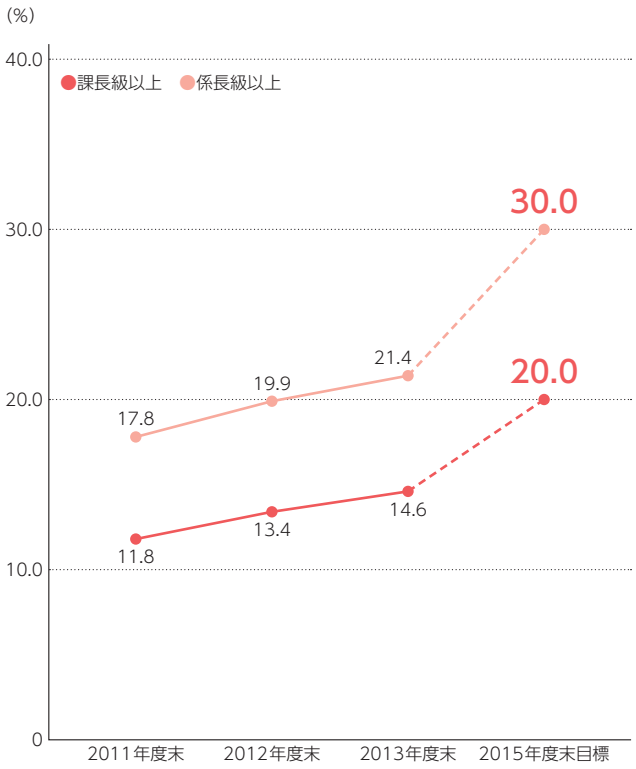
女性の活躍推進に向けた5つの目標の設定

セブン&アイHLDGS.は、女性の活躍推進を重点課題と捉え、2012年度に「ダイバーシティ推進プロジェクト」を設置し、“多様性を明日への力に”のスローガンのもと、5つの目標を設定してさまざまな取り組みを進めています。

2013年度末には2014年度末までの目標の一つであった「女性管理職比率20%」を達成。そのため、「2015年度末までに女性管理職比率30%」と目標を引き上げました。また、2013年度には、セブン-イレブン・ジャパンやイトーヨーカドーの社内においても女性の活躍推進の組織を構築。さらに機動力を高めて取り組みを進めています。

これまでの取り組みが評価され、公益財団法人日本生産性本部ワーキングウーマン・パワーアップ会議が主催する第1回「エンパワーメント大賞」表彰にて大賞を受賞しました。

女性管理職比率



※セブン&アイHLDGS.、セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマル、セブン&アイ・フードシステムズ、セブン銀行、赤ちゃん本舗の8社合計

5つの目標：

2015年度末までに

1. 女性管理職比率　課長級以上：20%達成
   係長級以上：30%達成
2. 女性離職率を20%にとどめる
3. 男性の育児参加促進
4. 社外評価の向上
5. 社内評価の向上

その他の取り組みはWebへ

http://www.7andi.com/

「コミュニティ」活動を通じた啓発

女性の活躍を推進するうえで、仕事と育児の両立が課題であることから、育児中の女性のネットワーク構築や男性の育児参加を目的とした各種「コミュニティ」を開催。社員のモチベーションアップや不安解消を図っています。

また、管理職に就く女性を対象とした「コミュニティ」では、グループ力を活かしたネットワークづくりやさらなるキャリア促進の支援を目的として有識者を招いた講演会やグループディスカッションを行い、自己研鑽の場としています。

ママ's コミュニティ
2012年7月より実施。昼休みを利用して、仕事と子育ての両立について話し合っています。

パパ's コミュニティ
2013年10月より実施。子どもを持つ男性社員を対象とし、男性の育児参加意識の向上を図っています。

Women's Management Community
2012年10月より実施。グループの女性管理職を対象とし、グループ力を活かしたネットワークづくりやメンター機能を果たしています。

さらなる推進策の強化

女性のさらなる活躍推進には、女性のキャリア促進や管理職を中心とした社員の意識改革、男性の育児参加の促進が不可欠です。そのために女性のキャリア意識の育成を行うと同時に、社内の広報誌を通じた啓発や各種「コミュニティ」活動、管理職研修の実施などを通じて、仕事のやりがいや活躍の場を広げ、多様性を活かす社風を醸成していきます。また、女性の活躍には男性の理解や協力が重要であることから、男性の育児参加の促進にも積極的に取り組んでいきます。

地球温暖化

セブン&アイHLDGS.は、事業の拡大に比例して環境負荷が増大しないよう、資源の有効利用・再資源化、省エネルギー、廃棄物の削減などに取り組んでいます。

CO_2排出量の削減目標

セブン&アイHLDGS.は、環境問題を経営の最重要課題の一つと位置づけ、グループで取り組んできた環境対策をより一層強化し、地球温暖化防止を目的とした「CO_2排出量の削減目標値」を策定しました。

新規出店や商品・サービスの拡充に伴うCO_2排出量の増加を抑えるために、最新の省エネ設備、再生可能エネルギーの導入などにより、日本国内の事業会社9社※の2011年度の環境対策と同レベルの対応をした場合に排出される2017年度の見込みCO_2排出量から約10%削減することを目指しています。

CO_2排出量削減に向けた主な取り組み:

- 売場やバックルームなどへのLED照明の導入推進
- 太陽光発電などの再生可能エネルギーの導入促進
- 空調設備の入れ替えによる高効率化
- 環境配慮型車両の導入などによる物流における削減

※セブン-イレブン・ジャパン、イトーヨーカドー、そごう・西武、ヨークベニマル、ヨークマート、シェルガーデン、セブン&アイ・フードシステムズ、赤ちゃん本舗、ロフトの9社

その他の取り組みはWebへ

http://www.7andi.com/

セブン-イレブンの木造店舗の出店

セブン-イレブンでは、鉄骨構造の店舗と比べ、資材調達から建設に伴うCO_2排出量が少なく、建物解体時における産業廃棄物を削減できる木造店舗の出店を2009年度より開始しました。2014年2月末現在、北海道に115店舗出店しており、今後も継続して出店していく予定です。

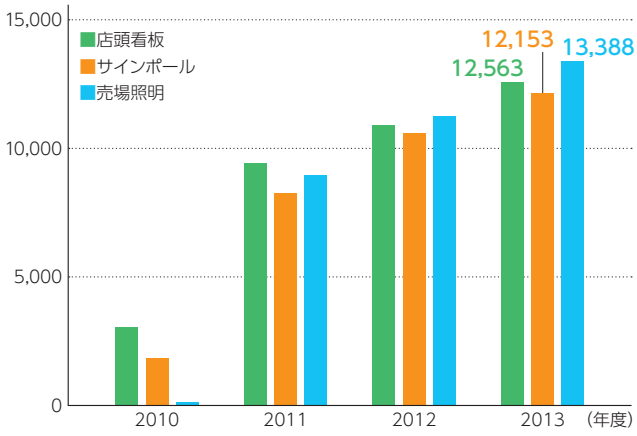
店舗の構造

店舗運営における省エネの取り組み

セブン&アイHLDGS.は、店舗の増加や大型化に比例して環境負荷が増大しないように、LED照明や太陽光発電パネルなどの省エネ設備の導入を進めています。

セブン-イレブンでは、店舗の分電盤に「電気の見える化」のための計測器「スマートセンサー」を設置。店舗の電力がどの設備で、いつ、どれだけ使われたかをパソコンで確認し、設備の使用上における問題などを把握・是正することで無駄な電力消費を削減しています。

セブン-イレブンのLED設置店舗数の推移



●店舗照明のLED化

店頭看板

サインポール

売場照明

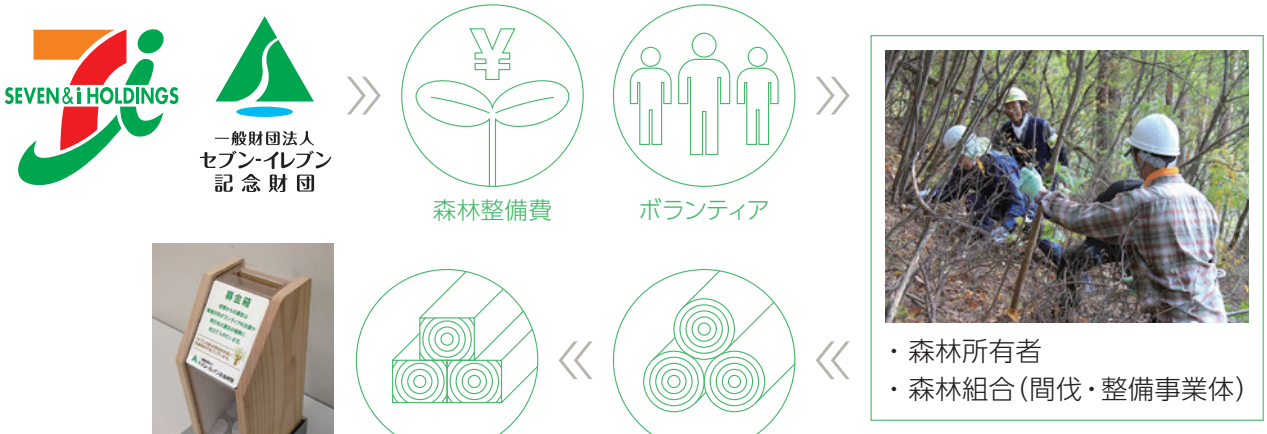
セブンの森

セブン&アイHLDGS.は一般財団法人セブン-イレブン記念財団※とともに地球温暖化防止に貢献し、生物多様性の維持・保全に寄与することを目的として、「セブンの森」森林保全プロジェクトを全国10カ所で行っています。このプロジェクトは植林活動に限定することなく、「健全な森林づくり」に必要な間伐や下草刈り、樹種転換などの森林整備活動を行います。また、長野の活動地では、森林から得られる木質材をグループ内の店舗資材や事務備品として使用するほか、商品化することで国産木材の活用を促進しています。

※加盟店とセブン-イレブン本部が一体となって環境をテーマにした社会貢献活動に取り組むことを目的として、1993年に設立されました。セブン-イレブンの店頭募金とセブン-イレブン本部からの寄付金をもとに、地域に根差した環境活動を行っています。

グループ社員やセブン-イレブン加盟店オーナーのボランティアによる下草刈り

●「セブンの森」森林保全プロジェクトの概要



間伐材を活用したセブン-イレブンの店頭募金箱

その他の取り組みはWebへ

http://www.7andi.com/

セブンファーム

イトーヨーカドーは、2008年8月に食品リサイクル率の向上と地域農業の活性化を目的として、農業生産法人「セブンファーム富里」(千葉県富里市)を設立し、「環境循環型農業」を小売業で初めて開始しました。

「環境循環型農業」とは、イトーヨーカドー店舗から排出される食品残さ(生ごみ)を堆肥化し、当社が運営する専用農場に導入、そこで栽培・収穫された農産物を食品残さが排出された店舗などで販売するものです。2014年2月には全国で10カ所目となる「セブンファーム銚子」を設立しました。

セブンファームは、"日本の農業のお手伝い"という基本理念のもと、地域ごとに最適な法人形態(農業生産法人もしくは事業会社)を設立し、持続可能な地域農業への貢献を実践しています。

こうした取り組みが評価され、第35回食品産業優良企業等表彰環境部門にて農林水産大臣賞を受賞しました。

●セブンファームの概要

店舗

食品残さを堆肥場へ運搬。

栽培した作物を店頭で販売。

お客様へ

循環型農業に取り組み、
食品廃棄物の削減を推進

堆肥場

お店で出た食品残さを堆肥化処理。

セブンファーム

食品残さでつくられた堆肥を使って作物を栽培。
イトーヨーカドーに出荷。

東日本大震災復興支援

セブン&アイHLDGS.は、小売業の強みを活かし、被災地のお取引先から積極的に商品を調達し、全国のお客様へ販売しています。そのほかに、被災者への経済的自立支援や従業員によるボランティア活動を行っています。

販売による生産者支援

セブン&アイHLDGS.は福島県、宮城県、岩手県などの東北各県と協力し、東日本大震災で被災した企業や大手メーカーと連携した復興支援企画「東北かけはしプロジェクト」を2011年11月から実施しています。

イトーヨーカドーをはじめとしたグループ各社※の店舗で東北の商品を集めた販売会を開催するほか、各種イベントを実施。各県の知事にもご参加いただくなど、行政と一体となったイベントで東北の魅力を伝えています。被災地への思いを風化させないよう、年2～3回キャンペーンとして大きく打ち出すことで、東北の農業・水産業などの復興を支援しています。

イトーヨーカドーでは、1995年から岩手・三陸田老産「真崎わかめ」を販売していましたが、生産地が震災で甚大な被害を受け、販売できなくなりました。しかし、2012年3月には生産体制が復旧し、販売を再開。2014年3月からは生産量が安定したことでプライベートブランド「顔が見えるお魚。」として販売しています。

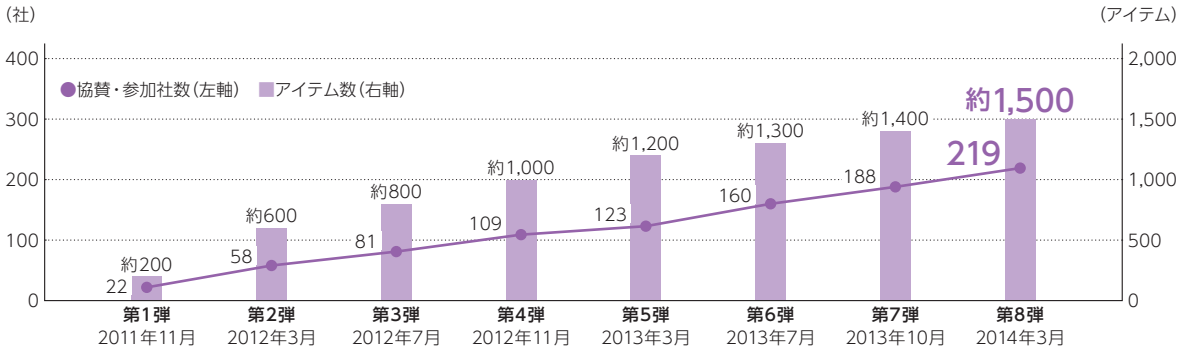
調達・販売を通じて、震災からの復興に取り組む東北の企業と、復興を支援したい消費者とをつなぎながら、今後も生産地の復興を応援していきます。

※イトーヨーカドー、ヨークベニマル、シェルガーデン、セブン&アイ・ネットメディアの4社

「真崎わかめ」の収穫

イベント風景

「東北かけはしプロジェクト」の協賛・参加社数および商品アイテム数



その他の
取り組みは
Webへ

http://www.7andi.com/

専門知識や販売ノウハウを活かした支援

そごう・西武は、故郷を離れ仮設住宅での生活を余儀なくされている福島県飯舘村の女性たちの経済的自立を支援しています。女性たちが、全国の皆様から善意で寄贈された着物を、古くからの和装技術でリメイクした「までい着※」や小物類を販売するために、販売会場・陳列什器の提供にとどまらず、事前告知や当日の販売応援などの協力をしています。また、法人外商部のデザイナーや、この活動にご賛同いただいたお取引先が仮設住宅まで出向き、デザイン、型紙の提供や、縫製の技術指導を行っています。2012年3月から2014年3月までに計5回販売会を開催しており、毎回多くのお客様にご来場いただいています。

※「までい」とは、「大切に」「心を込めて」という意味の福島県の言葉です。

「までい着」の販売会

社員によるボランティア支援

セブン&アイ*HLDGS.*では、一般財団法人セブン-イレブン記念財団で活動している「東日本大震災復興プロジェクト」に参加し、甚大な被害を受けた地域での復興支援活動を行っています。

2013年9月には、セブン-イレブン加盟店オーナーや本部社員をはじめ、セブン&アイ*HLDGS.*のグループ社員56名のボランティアが宮城県気仙沼市唐桑町の「唐桑創生村」に行き、養殖作業に必要な種牡蠣の挟み込み、養殖仕掛けのピン通し、養殖用のロープ準備、といった漁師さんが日頃行っている作業をお手伝いしました。

種牡蠣の挟み込み

大規模災害対策

セブン&アイHLDGS.は、災害発生時における社会インフラとしての機能を果たせるよう、大規模災害への対策を強化しています。

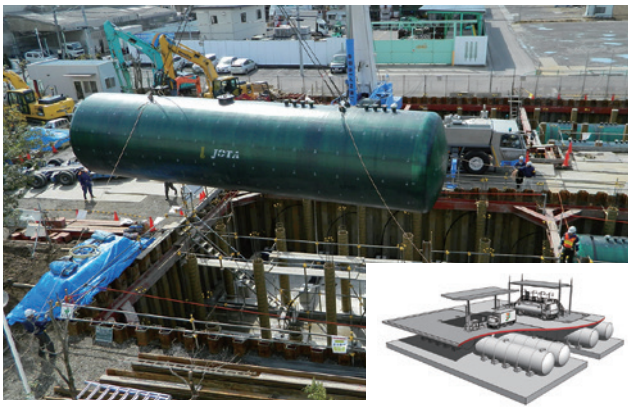
その他の取り組みはWebへ

http://www.7andi.com/

緊急物資配送用の燃料備蓄基地

セブン&アイHLDGS.では、東日本大震災において被災地だけでなく首都圏でも深刻な燃料不足が問題となりました。「燃料の供給網確保」を最重要課題の一つと考え、緊急時におけるBCP（事業継続計画）の観点から、国内小売業で初めて、商品配送車両に使用する「燃料備蓄基地」を埼玉県にあるイトーヨーカドーの物流センター敷地内に建設し、2014年5月に完成しました。

この基地は、燃料400キロリットルを常時備蓄するもので、被災地域をはじめとする避難所や東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県にあるグループ各店舗に最大10日間、緊急物資や商品を迅速・確実に配送することで営業を継続することができます。



完成予想図

空輸による緊急配送

セブン&アイHLDGS.は、2014年2月の記録的な大雪により、陸路が寸断され物流が滞ってしまった、山梨県、長野県、群馬県のセブン-イレブンおよびイトーヨーカドーなどに向けて、2月17日（月）から20日（木）までの4日間、延べ17回にわたり、ヘリコプターによる商品の緊急配送を実施しました。これにより、パン・カップラーメン・レトルト食品など合計47,500食の商品を被災地にある店舗へ届けることができました。

このように、自然災害などの緊急時においても、店舗営業をできる限り継続し、お客様に商品をご提供できるよう、危機管理体制の構築・強化に取り組んでいきます。

TOPICS

中国におけるCSR推進体制の構築

近年中国では、急激な経済発展に伴い環境問題、労働問題が顕在化、さらに中国政府の方針のもと、CSRの取り組みガイドラインや評価指標の策定、CSR評価ランキングの公表など、CSRへの関心が急速に高まっています。

これまでもセブン&アイ*HLDGS.* 中国事業会社各社は、安全・安心な商品の提供、店舗省エネ設備の導入のほか、店頭募金箱の設置、教育支援や地域の清掃活動などに取り組んできました。

これらのCSR活動を組織的、包括的に一層推進していくため、2014年2月にはセブン-イレブン(中国)投資公司、イトーヨーカ堂(中国)投資公司および各社傘下の子会社に日本の事業会社が構築している体制と同じ体制を構築しました。

CSR推進体制の構築にあたり、2013年12月、セブン&アイ*HLDGS.*のCSR責任者が中国を訪問し、CSRに関する基本的な考え方、日本のCSR推進体制や具体的な活動について、董事長をはじめ日本人・中国人の幹部社員と共有、また中国での推進体制構築に関して助言を行いました。

新たに構築した体制の下、セブン&アイ*HLDGS.* 中国事業会社各社は、中国において特に取り組むべき課題の特定や従業員へのCSR教育を行うとともに、日本の事業会社との連携や取り組み内容の共有を図ることでCSRを推進していきます。

安全・安心な商品づくり

●中国版プライベートブランド商品の販売

安全かつ環境に配慮した商品を提供するために、セブン&アイ*HLDGS.*のプライベートブランド「セブンプレミアム」の中国向け商品を開発。中国のセブン-イレブン、イトーヨーカドーで販売しています。

●生産履歴の公開

成都イトーヨーカ堂では、日本で取り扱っている「顔が見える食品。」(→p9)の中国版の販売を開始しました。この商品は、「どのような生産者が」「どこで」「どのように育てた商品なのか」を専用のウェブサイトで確認いただけます。

華糖ヨーカ堂でも、売場に設置した検索端末で生産地の情報を検索できる商品を取り扱っています。

ステークホルダーとの対話を深め、企業の責任を果たすとともに、本業を通じた社会課題の解決に積極的に取り組んでまいります。

取締役執行役員
CSR統括部 シニアオフィサー
伊藤 順朗

昨年発生した食品偽装など、食に対する安全性や信頼性へのお客様の不安感の増加、金融庁による「日本版スチュワードシップコード」※1の公表、IPCC※2第5次評価報告書にみる気候変動に伴うリスクの増加など、ステークホルダーの要請は変化し、日本国内及びグローバルにおける社会課題に対し、中長期的視点に立った企業行動への期待が一層高まっています。

セブン&アイ*HLDGS.*では、これまでCSR統括委員会および傘下3つの部会の推進体制（下図参照）の下、主に事業を遂行する上での法令の遵守（コンプライアンス）並びに事業活動自体が環境・社会に及ぼす負の影響を認識・把握した上で、その除去・低減・改善など「企業の責任」としての取り組みに傾注してきました。

現在、「企業の責任」を徹底しつつ、社会課題の解決と企業の競争力向上を両立させ、社会と企業の両方に価値を生み出す取り組み＝CSV（Creating Shared Value＝共通価値の創造）を推進することで、持続可能な社会に向けたより大きな価値を生み出すことを目指しています。

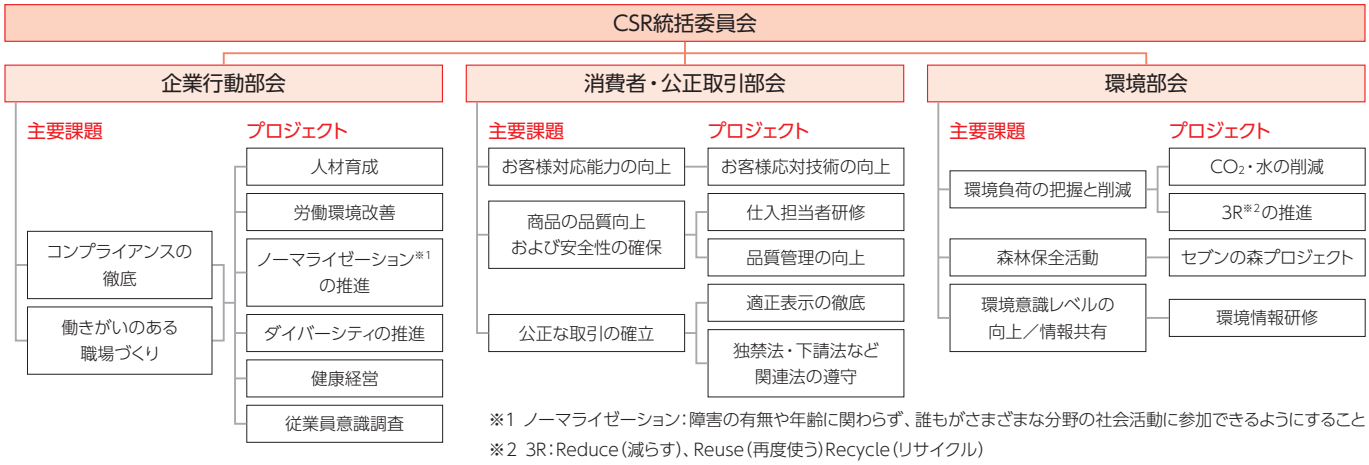
今年度はさらにISO26000など国際的な要請でもあるステークホルダーダイアログ（対話）を開催し、これまでのCSRの取り組みの検証と今後取り組むべき「重点課題」（マテリアリティ）の特定を行い、CSR活動の方向性をより明確にしてまいります。これらの取り組みについては、2014年9月発行のCSRレポート（Web版のみ）に詳細データ集とともに記載する予定です。

今後も信頼される誠実な企業であり続けるために、ステークホルダーとの対話を深め、企業の責任を果たすとともに、社会的課題の解決に資する製品・サービスあるいは事業の開発など、本業を通じた社会課題の解決に積極的に取り組んでまいります。

※1 「日本版スチュワードシップコード」
機関投資家が対話を通じて企業の中長期的な成長をうながすなど受託者責任を果たすための原則（2014年2月金融庁「日本版スチュワードシップ・コードに関する有識者検討会」が公表。）
金融庁は本コードに賛同して参加を表明した機関投資家に対して、取組方針や実践結果の公表・報告を求めている。

※2 IPCC
気候変化、影響、適応及び緩和方策に関し、科学的、技術的、社会経済学的な見地から包括的な評価を行うことを目的として、1988 年に世界気象機関（WMO）と国連環境計画 （UNEP）により設立された組織（第5次評価報告書は、2014年3月公表）

●CSR推進体制図



※1 ノーマライゼーション：障害の有無や年齢に関わらず、誰もがさまざまな分野の社会活動に参加できるようにすること
※2 3R：Reduce（減らす）、Reuse（再度使う）Recycle（リサイクル）

各部会にプロジェクトを設けて、主要課題に沿った具体的な対策をグループ全体で実行しています。

●会社概要（2014年2月末現在）

社名	株式会社セブン&アイ・ホールディングス
本部所在地	〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8
設立	2005年9月1日
資本金	500億円
連結従業員	148,594人 （月間163時間換算の臨時従業員を含む）
事業内容	コンビニエンスストア・総合スーパー・百貨店・食品スーパー・フードサービス・金融サービス・IT/サービスなど、各事業を中心とした企業グループの企画・管理・運営（純粋持株会社）
Webサイト	http://www.7andi.com/

詳細なCSRの取り組みについては、Webサイトをご覧ください。
http://www.7andi.com/csr/index.html

株式会社セブン&アイHLDGS.

CSR統括部
〒102-8452 東京都千代田区二番町8番地8
TEL. 03-6238-2448
http://www.7andi.com/

UD FONT
ユニバーサルデザイン(UD)の考え方に基づき、株式会社モリサワが開発したより多くの人に見やすく読み間違えにくいデザインの文字を採用しています。